

MAKALAH
WIRUSAHA DI ERA DIGITAL

Dosen Pengampu: Dr. H. Fachrurazi, S.Ag.MM.

Mata Kuliah : Kewirausahaan



Disusun Oleh :

Sri Daning Aprianti 11902005

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA ARAB
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONTIANAK

2021 M/1442

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang masih memberikan kesehatan dan kesempatan-Nya kepada kita semua, terutama kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan makalah ini. Penulis juga berterima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan yaitu bapak Dr. H. Fachrurazi, S.Ag.MM. yang telah membimbing dalam menulis makalah ini.

Penulis mengharapkan makalah ini dapat bermanfaat bagi pembaca semua, terutama bagi penulis sendiri.

Kepada pembaca yang budiman, jika terdapat kekurangan atau kekeliruan dalam makalah ini, penulis mohon maaf, karena penulis sendiri dalam tahap belajar.

Kami berharap semoga makalah ini bisa menambah pengetahuan para pembaca. Namun terlepas dari itu, kami memahami bahwa makalah ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga kami sangat mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun demi terciptanya makalah selanjutnya yang lebih baik lagi.

Pontianak

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
BAB II.....	2
PEMBAHASAN.....	2
A. Pengertian Wirausaha di Era Digital.....	2
B. Pemasaran di Era Digital	3
C. Tantangan Wirausaha di Era Digital.....	5
D. Faktor Menjadi Wirausaha Sukses di Era Digital.....	7
BAB III	11
PENUTUP.....	11
DAFTAR PUSTAKA	12

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi beberapa tahun terakhir telah membawa banyak membawa dampak berbagai aspek kehidupan. Kewirausahaan teknologi di era digital memberikan dampak yang luar biasa di dunia.

Perkembangan bisnis dalam bidang teknologi meliputi : pemilik ide kreatif (wirausaha digital), pusat riset, penyedia modal dan pemerintah. Hubungan saling dukung antar actor tersebut akan mendorong berkembangnya bisnis teknologi, sebagaimana tercermin dalam praktik kewirausahaan digital.

Kehadiran wirausaha digital berpotensi memunculkan perusahaan rintisan yang sering kali membangun terobosan-terobosan melalui teknologi, dengan kehadiran perusahaan seperti ini membantu konsumen karena pada umumnya menawarkan kemudahan dan kenyamanan dengan harga/tarif yang lebih murah. Kemunculan wirausaha digital tentunya akan menarik banyak aktivitas ekonomi.

A. Rumusan Masalah

1. Apa pengertian dari wirausaha di era digital?
2. Apa saja strategi pemasaran di era digital?
3. Apa tantangan wirausaha di era digital?
4. Apa saja kiat untuk menjadi penguasa sukses di era digital?

B. Tujuan

1. Mengetahui pengertian wirausaha di era digital
2. Mengetahui strategi pemasaran di era digital
3. Mengetahui tantangan wirausaha di era digital
4. Mengetahui kiat untuk menjadi penguasa sukses di era digital?

BAB II

PEMBAHASAN

A. Pengertian Wirausaha di Era Digital

Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji pengembangan dan pembangunan kreatifitas serta berani menanggung resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Keberanian mengambil resiko menjadi milik seorang wirausahaawan karena dituntut menjadi berani dan siap jika usaha yang dilakukan tersebut belum memiliki nilai peluang di pasar.

Peran dari seorang wirausaha menurut Suryana memiliki dua peran yaitu sebagai penemu dan sebagai perencana. Sebagai penemu wirausahamenemukan dan menciptakan produk baru, teknologi dan cara baru, ide-ide baru dan organisasi usaha baru. Sedangkan sebagai perencana, wirausaha berperan merancang usaha baru, merencanakan strategi perusahaan baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam perusahaan.(Fachrurazi et al., 2021)

Era digital telah membuat banyak perubahan positif sebagai efek positif yang dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Pada saat yang sama, era digital membawa dampak negatif yang memberikan tantangan baru bagi kehidupan manusia di era digital ini. Tantangan era digital merambah banyak bidang, termasuk politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, keamanan, dan teknologi informasi itu sendiri.

Era digital lahir dengan munculnya jaringan internet digital, khususnya teknologi informasi komputer. Media baru di era digital dengan karakteristik yang dapat dimanipulasi adalah jaringan atau internet. Dengan media baru, media massa bermigrasi ke Internet. Di era digital, terjadi perubahan budaya dalam penyebaran informasi dimanapun media berada.

Hal ini memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi lebih cepat. Dengan munculnya Internet, media massa telah berbondong-bondong. Teknologi digital yang semakin canggih saat ini membuat perbedaan yang besar di dunia, dan lahirnya berbagai macam teknologi digital yang semakin maju semakin meluas. Menjadi lebih mudah bagi kelompok yang berbeda untuk mengakses informasi dengan cara yang berbeda dan untuk secara bebas mengontrol dan menggunakan potensi teknologi digital.

Era digital juga membuat ranah privasi orang seolah-olah hilang. Data pribadi yang terekam di dalam otak komputer membuat penghuni internet mudah dilacak, baik dari segi kebiasaan berselancar atau hobi.(Setiawan, 2017)

B. Pemasaran di Era Digital

Pemasaran merupakan fungsi organisasi dan sekumpulan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengelola hubungan konsumen dengan cara menguntungkan organisasi dan para pemegang kepentingan. Jadi, fungsi pemasaran ditujukan untuk memberi pengertian kepada konsumen terkait produk dan jasa yang dipasarkan atau ditawarkan. Dalam pengertian ini, pemasaran merupakan kegiatan yang paling fundamental dalam memasarkan produk-produk dan jasa pada perusahaan.(Nurseto, 2012)

Perencanaan adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan itu dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan tersebut. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan, fungsi-fungsi lainnya tidak dapat berjalan.(Fachrurazi et al., 2021)

Diantara keuntungan wirausaha digital adalah: usaha digital cenderung baru sehingga tidak diperhatikan dalam persaingan usaha. Usaha digital mampu mengakses dan menganalisis sejumlah informasi persaingan dan pelanggan potensial. Usaha digital juga terobsesi untuk mendapatkan, diseminasi serta menganalisis tindakan melalui pengetahuan karena berorientasi pasar(Caniago & Hayati, 2019)

Strategi pemasaran produk memang bermacam-macam. Jika saat ini sedang memakai pemasaran konvensional, maka segera untuk beralih mencoba promosi dengan strategi digital marketing. Dengan saat ini semua yang sudah semakin canggih semakin berkembang menggunakan internet.

Tidak cukup jika hanya mengandalkan pemasaran konvensional atau offline saja. Dengan menyiapkan strategi pemasaran di era digital untuk menunjang bisnis agar makin banyak masyarakat tentang bisnis akan di pasarkan.

Strategi adalah rencana tindakan atau kebijakan yang dirancang untuk mencapai tujuan utama. Strategi pemasaran digital marketing dapat menyelesaikan sebuah masalah dan mencapai sebuah tujuan utama. Strategi pemasaran digital marketing harus

menyelesaikan sebuah masalah dan mencapai sebuah tujuan, berikut strategi pemasaran di era digital.

1. Memahami Target Bisnis

Salah satunya strategi pemasaran produk yang paling penting dengan memahami target pasar, yakni orang-orang yang masuk dalam target penjualan produk. Untuk menentukannya dengan melihat dari demografi, geografi umur, dan lainnya.

2. Menggunakan Social Media Marketing

Media social menjadi salah satu strategi digital marketing paling efektif dalam melihat pemasaran bisnis dengan proses pertukaran informasi dengan cepat dan hampir setiap orang memiliki media social, dengan memilih platformnya sesuai kebutuhan dan target pasar. Cukup mengemas promosi bisnis dengan melalui foto, video dan deskripsi caption yang menarik. Dalam media social bisa melakukan promosi secara direct selling (penjualan secara langsung) atau soft selling (penjualan tidak langsung)

3. Paid Ads (iklan berbayar)

Jika media sosial bisa menjadi alat pemasaran gratis, bisa juga berbayar. Artinya, gunakan fitur “paid ads” atau iklan berbayar. Iklan berbayar dapat digunakan dengan Google Ads, Twitter Ads, Facebook atau Instagram Ads.

Saat menggunakan iklan berbayar, dapat mengelola penayangan iklan sesuai kebutuhan, menentukan pasar sasaran, dan mencapai hasil harian yang terukur. Iklan berbayar adalah cara untuk menarik konsumen secara instan. Tentunya dengan membayar kebutuhan iklan.

4. Video Marketing

Orang-orang juga menyukai konten video karena lebih interaktif dengan dukungan video dan musik. Buat video pendek 1-2 menit dan unggah ke media sosial. Buat video sekreatif mungkin.

5. Blog/website dan SEO

Website atau Blog adalah situs yang bisa digunakan untuk mengisinya dengan berbagai informasi terkait bisnis. Melalui website, bisa mengedukasi calon konsumen agar mereka tahu bisnis dan tertarik untuk memakainya.

Menggunakan SEO atau Search Engine Optimization. Yakni cara optimalisasi website di mesin pencarian seperti Google agar artikel atau website di peringkat pertama pencarian Google.

6. Analisis Strategi Pemasaran

Website atau Blog adalah situs yang bisa digunakan untuk mengisinya dengan berbagai informasi terkait bisnis. Melalui website, bisa mengedukasi calon konsumen agar mereka tahu bisnis dan tertarik untuk memakainya. Menggunakan SEO atau Search Engine Optimization. Yakni cara optimalisasi website di mesin pencarian seperti Google agar artikel atau website di peringkat pertama pencarian Google.

C. Tantangan Wirausaha di Era Digital

Datangnya era digital berarti era perdagangan bebas juga telah tiba. Tentunya akan banyak peluang dan tantangan bisnis di era ini. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap hal ini adalah kebebasan dan kecepatan informasi. Peluang adalah kabar baik bagi pemilik bisnis. Namun, situasinya berbeda ketika yang masuk adalah tantangan bisnis. Dalam hal ini, pemilik bisnis harus memiliki strategi untuk menghadapinya.

Usaha yang mampu berkembang dan bertahan di era ekonomi digital hanya jika usaha itu mampu menerapkan bentuk molekul. Apa itu konsep usaha bentuk molekul tidak lain adalah suatu sistem yang flexible, mampu beradaptasi dan menyesuaikan diri setiap terjadinya perubahan yang terjadi yang kadang-kadang sulit untuk diprediksi. (Kasidi, 2020)

1. Transformasi Digital

Transformasi digital yang setiap hari makin maju dan canggih memang memiliki banyak sekali manfaat untuk perkembangan dunia bisnis saat ini. Teknologi dapat menghemat waktu, tenaga, serta biaya dengan hasil yang cukup maksimal. Namun, transformasi ini bisa menjadi sebuah tantangan yang cukup berarti apabila bisnis yang dijalankan tidak dapat mengikutinya. Apalagi, adanya ketakutan untuk mengubah cara-cara lama akan menimbulkan kekhawatiran apabila transformasi yang dilakukan tidak sesuai dengan yang diharapkan atau justru gagal. Hal ini perlu disikapi dengan rasa optimis yang tinggi dan pantang menyerah. Sebuah bisnis harus bisa menyesuaikan diri dengan teknologi yang terus berkembang. Pemilik bisnis akan dituntut untuk terus belajar dan belajar. Memang terdengarnya akan menguras waktu

dan tenaga, namun apabila berhasil nantinya akan sangat mempermudah jalannya bisnis.

2. Kecepatan

Layaknya teknologi yang menuntut pemilik bisnis untuk adaptif, masyarakat saat ini pun menuntut produk dan layanan yang serba cepat serta praktis. Dan jika pemilik bisnis tidak dapat memenuhi keinginan ini, konsekuensinya bisnis akan ditinggalkan oleh konsumen secara perlahan. Pemilik bisnis dapat mengatasinya dengan berkolaborasi dengan teknologi yang ada saat ini. Bisnis yang dipadukan dengan teknologi dapat melaju lebih pesat karena mengikuti perkembangan pasar.

Salah satu pemanfaatan teknologi adalah otomatisasi dalam mengelola sumber daya perusahaan. seperti penggunaan aplikasi berbasis cloud dalam mengelola karyawan, aplikasi keuangan, dan juga aplikasi pengarsipan

3. Sumber Daya Manusia

Teknologi sudah diadopsi dalam bisnis, namun masih ada beberapa pekerjaan rumah lagi yang harus diselesaikan, yakni membuat sumber daya manusia yang dipekerjakan juga adaptif terhadap teknologi tersebut. Jangan sampai biaya besar yang dikeluarkan untuk pembaharuan teknologi malah tidak dapat dioptimalkan karena orang-orang yang terlibat tidak mampu untuk menggunakannya.

Sebuah bisnis yang ingin berjalan secara profesional dan berkembang butuh untuk merekrut sumber daya manusia yang memiliki kemampuan yang mencukupi. Selain itu, pemilik bisnis juga sebaiknya memberikan pelatihan tambahan serta melakukan upgrade keilmuan secara berkala untuk menyesuaikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

4. Masyarakat Yang Senantiasa Berubah

Selain menginginkan hal secara cepat dan praktis, tantangan dari masyarakat saat ini adalah karena mereka senantiasa berubah, baik dari segi selera, keinginan dan kebutuhan. Masyarakat saat ini mudah sekali merasa bosan dengan satu hal dan mempunyai keinginan yang cukup kompleks. Mereka pun lebih pintar dalam memilih mana produk yang sesuai dengan mereka, dan mana yang tidak. Ini menjadi tantangan karena menuntut pemilik bisnis untuk lebih sering memutar otak dan berinovasi dalam menciptakan produk serta jasa.

5. Persaingan Semakin Tinggi

Lagi-lagi teknologi mempunyai pengaruh dalam hal ini. Teknologi canggih mampu mengintegrasikan saluran bisnis sehingga dapat dilakukan tanpa batasan ruang dan waktu. Efeknya, sebuah bisnis bisa menjalin kerja sama dengan bisnis lain di belahan dunia mana saja. Dan tentu saja, sebuah bisnis juga mendapatkan kompetitor dari berbagai bisnis lain di belahan dunia mana saja pula. Jika tidak dibarengi dengan inovasi yang terus menerus, maka bisnis akan tertinggal dari kompetitor. Selain itu, tantangan lain yang kerap ditemui ketika berhubungan dengan kompetitor adalah bagaimana caranya untuk bersaing secara sehat. Karena pada dasarnya hal tersebut memang sangat penting untuk diterapkan. Jika mampu bersaing dengan sehat, maka akan terbentuk iklim yang baik dalam bisnis.

6. Zero-Surveillance

Bisnis saat ini bisa dilakukan dan dikontrol dari jarak yang cukup jauh menggunakan website, e-mail, dan fitur chatting. Permasalahan yang kerap terjadi dengan metode komunikasi jarak jauh ini adalah hilangnya sosok pemimpin atau bisa disebut zero-surveillance. Pemilik bisnis kerap berkomunikasi dengan karyawannya hanya mengenai hal-hal yang berhubungan dengan bisnis. Padahal karyawan membutuhkan keakraban dengan pemimpinnya untuk menjalin komunikasi yang baik dan menambah semangat untuk bekerja.

Itulah beberapa tentang tantangan bisnis di era digital yang perlu diwaspadai. Untuk meminimalisirnya perlu dilakukan usaha tambahan dan tekad pantang menyerah. Selain meminimalisasi tantangan tersebut, perlu juga diperhatikan cara untuk meminimalisasi kesalahan-kesalahan dalam pengelolaan bisnis.

D. Faktor Menjadi Wirausaha Sukses di Era Digital

Pengusaha sukses dapat menghadapi kesulitan dan kegagalan dalam bisnis jika mereka tidak mengikuti perkembangan zaman. Selama dua puluh tahun terakhir, peta dunia bisnis telah berubah secara dramatis dengan munculnya Internet. Apalagi dengan perkembangan smartphone dalam sepuluh tahun terakhir.

Di era digital, wirausahawan harus terus mengembangkan pola pikirnya agar tidak ketinggalan.

1. Selalu terbuka pada perubahan

Salah satu karakteristik utama era digital adalah perubahan yang sangat cepat. harus membuka diri terhadap perubahan ini, terus mempelajari peluang dan manfaat yang bisa didapatkan dari perubahan-perubahan ini. Media sosial, contohnya. Pada awal kemunculannya, media sosial ini murni digunakan untuk bersosialisasi, menjalin pertemanan lintas batas. Saat ini, media sosial sudah menjadi media promosi yang paling masif dan efektif. Banyak bisnis yang memanfaatkan media sosial sebagai tempat promosi. Bahkan, tidak sedikit bisnis yang hanya eksis di media sosial, tanpa perlu memiliki toko atau kantor resmi.

Cara melakukan kampanye marketing pun terus berubah sepanjang waktu. Iklan di televisi dan radio, serta di surat kabar, mungkin sudah tidak relevan lagi. Dan harus terus mencari bentuk dan gaya promosi yang menarik bagi calon konsumen dan pelanggan

2. Fokus pada Pelanggan

Perilaku konsumen di era digital ini pun sudah banyak berubah. Sebelum adanya internet, konsumen jauh lebih sabar. Namun sekarang semuanya serba mudah. Pelanggan saat ini selalu ingin segalanya serba cepat, dengan salah satunya mendapatkan jawaban atau kepastian sesegera mungkin. Selain harus memuaskan dengan kualitas barang atau jasa yang di tawarkan, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akan informasi dengan sesegera mungkin. Menjadi fleksibel dalam menangani permintaan pelanggan. Kebanyakan pelanggan pada saat pemesanan akan memberi catatan tambahan atau permintaan yang di luar kebiasaan. Selama bisa memenuhi permintaan pelanggan.

3. Kreatif dan Inovatif

Era digital ini juga menuntut pengusaha untuk selalu kreatif dan inovatif, khususnya dalam melangsungkan kampanye marketing. Mulai dari materi kampanye, cara, sampai media yang digunakannya. Yang harus selalu diingat, dengan kemudahan membuka toko atau bisnis online, kompetisi menjadi sangat ketat dan tinggi.

Ide-ide yang kreatif dan menarik perlu untuk dituangkandalam bentuk yang lebih konkret berupa produk baru. Pengembangan produk baru merupakan aktivitas yang dilaksanakan oleh produsen untuk memperbaiki produk yang telah dihasilkan dengan cara menambah variasi, ragam, atau tingkat mutu produk sesuai dengan keinginan konsumen. (Wijanarko & Susila, 2016)

4. Integrasikan Semuanya

Calon pelanggan mungkin terbagi ke dalam beberapa kelompok: pengguna smartphone, pengguna tablet, dan pengguna laptop. Atau pengguna Instagram, pengguna Facebook, dan pengguna Twitter.

Integrasikan semuanya. Dengan kehadiran di semua platform yang sering di kunjungi. Bisa dihubungkan bisnis yang di buat untuk menanyakan sesuatu, dengan cara memberi pilihan yang luas: messaging lewat semua media sosial, plus WhatsApp, dan mungkin Skype.

5. Cerita, bukan Berita

Dengan kemajuan teknologi dan semakin cepatnya internet, kebanyakan calon konsumen kamu mendapatkan segala informasi yang mereka inginkan dari gadget mereka, entah itu ponsel, tablet, atau laptop. Hampir semua informasi yang didapatkan berupa newsfeed, atau berita, sehingga bagi konsumen hal ini sudah biasa.

Agar tampil di Internet, kedepankanlah cerita, bukan berita. Ceritakan proses berdirinya bisnis, dampak dari bisnis terhadap lingkungan di sekitarnya. Ceritakan pengalaman kepada pelanggan ketika berbelanja di toko, atau ketika menggunakan atau mengonsumsi dagangan. Cerita-cerita ini akan lebih menarik perhatian daripada sekadar tagline iklan yang sudah terlalu banyak mereka dengar.

Memiliki pola pikir yang proaktif menanggapi ulasan konsumenmu. Ulasan konsumen ini, disadari atau tidak, merupakan bentuk lain dari cerita tadi, yang di satu sisi bisa meningkatkan penjualan, dan di sisi lain, bisa juga menjatuhkan bisnis yang telah dibangun.

6. Human Touch

Yang menarik dari perkembangan di era digital ini adalah teknologi seanggih apa pun masih belum bisa menggantikan faktor human touch. Meskipun sudah mengintegrasikan semua teknologi digital dalam bisnis, masih harus mengedepankan faktor manusia, khususnya untuk berinteraksi dengan pelanggan.

Konsumen masih dan akan selalu senang kalau kamu bisa mengingat nama atau kisah yang pernah mereka ceritakan.

7. Perluas dan Perkuat Jaringanmu di Dunia Maya

Memiliki satu outlet di satu kota kecil. Pasti kamu juga punya impian untuk membuka cabang lain di kota, atau di kota lain. Sebelum melakukan hal itu, ada baiknya memperluas dulu jaringan di dunia maya. Selain itu belum perlu

mengeluarkan investasi besar, bisa menguji terlebihdulu apakah responnya seperti yang kamu harapkan.

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kewirausahaan digital adalah fenomena yang berkembang saat ini. Banyak wirausahawan digital belajar di universitas dan memiliki potensi besar untuk maju, seperti kemampuan untuk tidak terlihat sebagai pesaing, atau kemampuan menganalisis kecerdasan kompetitif untuk menemukan ceruk pasar. Kehadiran wirausahawan digital tentu memiliki potensi besar bagi pemerintah, perguruan tinggi, dan industri. Peran pemerintah dalam mengembangkan aturan untuk mendorong 1.000 startup per tahun tentu lebih dari sekadar regulasi. Namun, pemerintah juga harus bertindak sebagai perantara antara universitas dan kerjasama industri-universitas. Di satu sisi, perguruan tinggi memiliki potensi untuk pengembangan penelitian dan inovasi, namun kekurangan sumber daya untuk mendukung potensi tersebut. Secara khusus, industri ini memiliki sumber daya keuangan tetapi rentan terhadap kemajuan dalam penelitian dan inovasi teknologi. Peran pemerintah sebagai perantara yang menyatukan kedua pihak terletak pada potensi mereka untuk menciptakan wirausahawan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Caniago, I., & Hayati, K. (2019). Kewirausahaan Teknologi Digital. *Pemberdayaan Pebisnis Milenial*, 3(1).
- Fachrurazi, Meldra, D., Harto, B., Reza, V., Nurcholifah, I., Chritianingrum, Matondang, N., & Marwah. (2021). *PEDOMAN DASAR & TEORI KEWIRAUSAHAAN* (Issue Desember).
- Kasidi, K. (2020). Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 17. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i1.1223>
- Nurseto, T. (2012). Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1). <https://doi.org/10.21831/jep.v1i1.675>
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.
- Wijanarko, A., & Susila, I. (2016). KEY SUCCESS FACTORS OF SMALL AND MEDIUM ENTREPRISES Aris Wijanarko¹ dan Ihwan Susila² Abstrak Pendahuluan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA*, 67–81.